



Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FASA
Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo
Monografia acadêmica
RA 20176784

Thais Poliana T.R de Assunção
Orientadora: Lara Santos de Amorim

**Desigualdade social e os diferentes públicos-alvo dos veículos de
comunicação:**
Análise da estrutura editorial do jornal Coletivo e da revista Foco

Brasília, junho de 2005

Thais Poliana T. R. de Assunção

**Desigualdade social e os diferentes públicos-alvo dos veículos de
comunicação:
Análise da estrutura editorial do jornal Coletivo e da revista Foco**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Coordenação de
Comunicação Social do Centro
Universitário de Brasília para obtenção
do grau de Bacharel em Comunicação
Social, habilitação em Jornalismo.
Orientadora: Lara Santos de Amorim

Brasília, junho de 2005

Assunção, Thais Poliana
T.R de

Desigualdade social e os
diferentes públicos-alvo nos
veículos de comunicação:
Análise da estrutura editorial do
jornal Coletivo e da revista
Foco /Assunção., Thais Poliana
T.R. – Brasília, 2005. 60 f.
Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Coordenação de
Comunicação Social do Centro

Thais Poliana T. R. de Assunção

**Desigualdade social e os diferentes públicos-alvo
dos veículos de comunicação:
Análise da estrutura editorial do jornal Coletivo e
da revista Foco**

Dedico essa monografia primeiramente aos meus pais. Depois aos meus amigos que me agüentaram por esses quatro anos de desafios. E não poderia esquecer da minha orientadora Lara Amorim, que me ajudou bastante na elaboração deste trabalho. E por fim ao meu namorado, Tiago Alves.

Monografia de conclusão de curso apresentado à
Coordenação de Comunicação Social, do Centro
Universitário de Brasília, para obtenção do grau de
Bacharel em Comunicação Social, habilitação em
Jornalismo. Orientadora: Lara Santos de Amorim

Brasília, 24 de junho de 2005.

Menção: _____

Banca Examinadora

Lara Santos de Amorim
Antropóloga e professora do UniCEUB

Solano dos Santos Nascimento
Jornalista e professor do UniCEUB

Manoel Roberto Seabra
Jornalista e professor do UniCEUB

Resumo

Este trabalho propõe uma reflexão sobre a desigualdade de classes sociais no Brasil dentro do contexto de dois veículos de comunicação. Por meio da análise da estrutura editorial do jornal Coletivo, da revista Foco, formação das classes sociais e da implantação da imprensa no Brasil, esta monografia aborda questões referentes a diferença de classes, que influenciam na produção e estrutura dos meios de comunicação. A questão do escravo negro no Brasil é lembrada para contextualizar o início do preconceito e da desigualdade no país. A estratificação social é apontada como fator determinante para a manutenção do sistema de classes sociais. Além de análises bibliográficas, o trabalho mostrou por meio de entrevistas, os perfis dos leitores desses veículos.

Palavras-chave: Desigualdade social. Imprensa. Leitor.

Sumário

	Página
Introdução.....	8
1. - Formação das classes sociais e imprensa no Brasil.....	10
1.1 - Cultura brasileiro.....	10
1.2 - Classes Sociais, desigualdade social e estratificação.....	12
1.3 – Formação da Imprensa no Brasil.....	18
2. - O jornal Coletivo e a revista Foco	23
2.1 - Coletivo para todos.....	23
2.2 - Foco na sociedade.....	28
2.3 - Esporte e lazer.....	30
2.4 - Cobertura política.....	31
2.5 - Coletivo e Correio Braziliense.....	35
2.6 - Foco e Caras.....	37
3 - O perfil sócio-econômico do leitor.....	39
3.1 - Leitor da revista Foco	39
3.1.2 – Gráficos.....	39
3.2 - Leitor do jornal Coletivo.....	41
3.2.1 – Gráficos.....	42
3.2.2 - Leitores distintos.....	44
3.3 - Imprensa e a Sociedade.....	45
Conclusão.....	48
Referências Bibliográficas.....	50

Introdução

A estrutura da sociedade brasileira marcada pela desigualdade social e muitas vezes ofuscada pelo falso moralismo pode passar despercebida para uma população acomodada e constituída por uma maioria desprivilegiada e despreparada para analisar as bases sobre as quais a sociedade se sustenta. Os pilares individualistas, desiguais e antidemocráticos adotados pelos indivíduos na sociedade brasileira foram impostos e estabelecidos no passado pelo sistema social escravocrata e são mantidos, até hoje, pela maioria dos formadores de opinião como a única realidade a ser seguida.

Daí a importância deste trabalho, que analisa dois veículos de comunicação constituídos por nítidas diferenças e faz uma reflexão da estrutura adotada por ambos para atingir o público-alvo. O jornal Coletivo e a revista Foco são distintos em vários aspectos, por isso foram escolhidos para a presente análise. Nesse sentido, o histórico da formação de classes sociais e a implantação da imprensa no Brasil são importantes para entendermos o porque dessa estrutura desigual e discriminatória.

Os costumes e hábitos do escravo negro, que contribuiu fortemente para a nossa formação cultural e física, são pontos relevantes quando se fala em formação da sociedade brasileira. Negros maltratados e rejeitados por senhores, que se sentiam acima de tal raça por serem brancos levaram à marginalidade os descendentes dos escravos, que hoje lutam pelo reconhecimento de seus direitos.

O capítulo I discute a influência do colonizador português e do escravo na formação da sociedade brasileira, define o conceito de classes sociais, como elas se formam e se estruturam no Brasil. Aborda também a estratificação social, fenômeno importante para entendermos o processo de mobilidade social, que se consiste na mudança de posição de classe entre indivíduos. Também são mencionadas no primeiro capítulo a formação da imprensa, desde o primeiro jornal distribuído no país em 1808 e a evolução no processo de elaboração do material jornalístico até os dias atuais

O capítulo II faz a análise da estrutura dos veículos escolhidos, o jornal Coletivo e a revista Foco, mostrando a linha editorial e comparando estes veículos com outros produtos

jornalísticos que tem linha editorial semelhante, como o caso do Correio Braziliense como Coletivo e a revista Caras relacionada com a Foco.

Por fim, o capítulo III monta o perfil dos leitores de ambos os veículos e os distingue por meio de suas características sócio-econômicas.

Para alcançar os objetivos iniciais do trabalho foi necessário adotar o método de pesquisa de campo com a aplicação de questionários na Rodoviária de Brasília com os leitores do jornal Coletivo, bem como a fundamentação teórica relacionada à formação das classes sociais brasileiras, e ao surgimento da imprensa no Brasil. As pesquisas realizadas para montar o perfil do leitor da revista Foco foram cedidas pela revista, por meio de visita a sede da revista em Brasília. Mas por outro lado, o editor chefe do jornal Coletivo, José Roberto Lima se mostrou bastante resistente e não cedeu as pesquisas realizadas pelo Coletivo sobre o seu público-alvo, impossibilitando assim uma pesquisa mais aprofundada sobre o perfil do leitor deste veículo.

O objetivo deste estudo é fazer uma reflexão sobre a origem da sociedade brasileira, constituída por extremas diferenças sociais, que promovem a desigualdade, o preconceito e outros fatores determinantes de uma sociedade desigual.

Por meio desta análise de dois veículos visivelmente distintos, representativos de culturas opostas e distantes pretendo mostrar a problemática existente em meio a estrutura adquirida pela imprensa para informar ou simplesmente entreter os leitores das diferentes camadas da sociedade.

1. Formação das classes sociais e imprensa no Brasil

Este trabalho pretende analisar dois veículos de comunicação inseridos em diferentes contextos da sociedade brasileira, caracterizada pela extrema desigualdade e estratificação social. Para isso, serão definidos conceitos relativos à desigualdade no Brasil e em seguida, será esboçado um breve histórico da imprensa no Brasil.

1.1 Cultura brasileira

A origem da cultura brasileira está relacionada historicamente à influência do colonizador português, dos escravos vindos da África e do índio que habitava a América. Como explica Gilberto Freyre:

“todo brasileiro, mesmo o alvo, de cabelo louro, traz na alma, quando não na alma e no corpo – há muita gente de jenipapo ou mancha mongólica pelo Brasil – a sombra, ou pelo menos a pinta, do indígena ou do negro” (Freire, 1958, p.353).

Os portugueses trouxeram para o Brasil uma legislação discriminatória contra judeus, mouros e negros. A mistura de raças foi um modo de esconder a profunda injustiça social contra negros, índios e mulatos, pois, situando no âmbito biológico uma questão profundamente social, econômica e política, deixava-se de lado a problemática mais básica da sociedade.

“De fato é mais fácil dizer que o Brasil foi formado por um triângulo de raças, o que nos conduz ao mito da democracia racial, do que assumir que somos uma sociedade hierarquizada, que opera por meio de gradações e que, por isso mesmo, pode admitir entre o branco superior e o negro pobre e inferior, uma série de critérios de classificação. Assim, podemos situar as pessoas pela cor de pele ou pelo dinheiro. Pelo poder que detêm ou pela feiúra de seus rostos. As possibilidades são ilimitadas, e isso apenas nos diz de um sistema com enorme e até agora inabalável confiança no credo segundo o qual, dentro dele ‘cada um sabe bem o seu lugar’ (DaMatta, 1986, p. 47).

Na verdade somos um país formado por portugueses brancos e aristocráticos, uma sociedade hierarquizada e que foi constituída dentro de um quadro rígido de valores discriminatórios.

Os costumes e hábitos do escravo negro foram influências significativas para a formação da identidade do brasileiro. Antes mesmo dos missionários brancos, negros propagaram o catolicismo e a língua portuguesa entre os indígenas. Apesar dos ensinamentos passados pelos escravos negros, sua cor sempre foi motivo para inferiorizá-los.

"em primeiro lugar o mau elemento da população não foi a raça negra, mas essa raça reduzida ao cativo. Quando chegaram ao Brasil, os negros já eram tratados como escravos e por isso não tiveram chances de assumir outra posição social" (Nabuco, 1881 apud DaMatta 1986).

A formação econômica e social do Brasil pode ser entendida pela ótica da escravidão, pela capacidade do sistema social escravocrata de rebaixar moralmente os escravos. O negro muitas vezes surge como uma figura deformada pela escravidão, torna-se praticamente impossível separar do negro inserido no Brasil, uma vez tendo sido considerado inferior aos que aqui habitavam, sua condição de escravo.

Após ser inserido na divisão social do trabalho capitalista no Brasil, o trabalhador negro não foi visto como portador da força de trabalho, mas como um negro, ex-escravo, inferior, inabilitado, sem capacidade de poupança, inapto para a competitividade do mercado. Até hoje a remuneração dos negros é inferior à do trabalhador branco. "A escravidão desenraizou o negro do seu meio social e de família, soltando-o entre gente estranha e muita vezes hostil" (Freire, 1958).

Tanto a construção de uma identidade social como a construção de uma sociedade é feita de afirmativas e de negativas diante de certas questões. Segundo Roberto DaMatta:

"Cada sociedade (e cada ser humano) apenas se utiliza de um número limitado de 'coisas' (e de experiências) para construir-se como algo único, maravilhoso, divino e 'legal'. Sei então que sou brasileiro e não norte-americano, porque gosto de comer feijoada e não hambúrguer; porque sou menos receptivo a coisas de outros países, sobretudo costumes e idéias; porque tenho gosto agudo sentido de ridículo para roupas, gestos e relações sociais; porque falo português e não

inglês; porque, ouvindo música popular, sei distinguir imediatamente um frevo de um samba; porque futebol para mim é um jogo que se pratica com os pés e não com as mãos [...]” (DaMatta, 1986, p. 16).

Segundo o antropólogo Roberto DaMatta, há duas maneiras de construir a identidade de um brasileiro. Uma está relacionada a dados precisos estatísticos, demográficos e econômicos, os dados do PIB, PNB e os números da renda per capita e da inflação. E a outra se refere aos dados relativos ao sistema político e educacional do país. Essa qualificação permite construir uma identidade social moderna, de acordo com os critérios estabelecidos pelo Ocidente europeu. No Brasil, bem como em outras sociedades, existe outra maneira de classificação da identidade, a qual se constrói duplamente, por meio de dados quantitativos e também por meio de dados sensíveis e qualitativos.

“Aqui, o que faz o Brasil, Brasil não é mais a vergonha do regime ou a inflação galopante e ‘sem vergonha’, mas a comida deliciosa, a música envolvente, a saudade que humaniza o tempo e a morte e os amigos que permitem resistir a tudo” (DaMatta, 1986, p. 19).

A divisão social do trabalho e a propriedade dos meios de produção deram espaço para a diferenciação de grupos humanos segundo seu nível de intervenção e domínio da atividade produtiva, estabelecendo as bases para a estratificação social, e de classes sociais.

1.2 Classes Sociais, Desigualdade Social e Estratificação

Para entender melhor os conceitos de classes sociais, desigualdades e estratificação social na sociedade brasileira, vou me basear no conceito e formação das classes sociais adotados principalmente pelo escritor Sebastião Vila Nova (1985).

A sociedade brasileira é dividida em classes sociais, as quais são grupos formados por indivíduos com características semelhantes. As classes sociais começaram a emergir no século XVII como fator responsável pelo movimento estrutural de mudança social nas sociedades capitalistas.

“As classes sociais são agrupamentos particulares de fato e à distância, caracterizados por sua suprafuncionalidade, suas tendências para uma estruturação crescente, sua resistência à penetração pela sociedade global e por

sua incompatibilidade radical com as outras classes” (Bertelli, 1971 apud Vila Nova, 1985).

As classes sociais não existem isoladamente, mas sim como parte de um sistema de classes. O que determina e define as classes sociais são as relações exclusivas que são estabelecidas entre elas. Uma classe social só existe em função de outra.

Para alguns sociólogos, a estratificação social é um fator importante a partir do qual os indivíduos participam da sociedade:

“Estratificação social é o processo ou o estado de localização hierárquica dos indivíduos em setores relativamente homogêneos da população quanto aos interesses, ao estilo de vida e às oportunidades de vida” (Vila Nova, 1985, p.69).

A estratificação social tem um papel importante e conservador na sociedade, como um fenômeno social cuja função é a de integrar a sociedade e de consolidar uma estrutura sócio-econômica. Essa estrutura está dividida, mas não pela estratificação, e sim pelas oposições de classes.

A posição social ocupada por cada indivíduo em classes é apenas um tipo de estratificação social. Há outros sistemas de estratificação social, como o baseado em castas, a exemplo da Índia tradicional, e o baseado em estamentos, como na sociedade feudal da Europa, durante a Idade Média.

“A estratificação social só existe quando surgem amplos setores da população detentores de interesses, formas de participação na produção de bens econômicos, qualidade e volume do consumo, estilo de vida e, oportunidades de vida relativamente homogêneos, de modo que formem unidades sociais identificáveis como tais e dispostos em uma hierarquia culturalmente convencionada” (Vila Nova, 1985, p.70).

Nas chamadas sociedades complexas, cada camada social inclui alguma forma de diferenciação social interna, já que cada estrato possui seu próprio sistema de status. Nas sociedades estratificadas em classe, por exemplo, cada classe social compreende certo número de status ocupacionais.

Há a possibilidade do indivíduo mudar de estrato social, independente de sua condição social de nascimento, por meio da mobilidade social.

“Mobilidade social é a locomoção dos indivíduos no sistema de posições na sua sociedade. A mobilidade social pode ser horizontal ou vertical. Há mobilidade horizontal quando o indivíduo muda de status, mas permanece na mesma camada social. A mobilidade vertical ocorre quando, ao mudar de status, o indivíduo muda de camada social” (Vila Nova, 1985, p.75).

Cada sociedade possui uma forma de promover a mudança de status. Nas sociedades tradicionais aristocráticas as possibilidades de mudança de status são muito reduzidas, já nas sociedades secularizadas, nas quais a tradição é de menor importância, tende-se a dar mais oportunidades de mudança de status aos indivíduos. Estas sociedades recebem o nome de abertas, e as primeiras são denominadas fechadas.

“As sociedades estratificadas em classe constituem o exemplo mais próximo de sociedade aberta. É de se notar que não existe sociedade aberta em sentido absoluto. Por maiores que sejam as possibilidades de mobilidade social vertical ascendente oferecidas aos indivíduos em uma sociedade, a mudança de status tende a ser, de algum modo, seletiva. Uma das razões para que isto ocorra está no próprio fato de que a mobilidade social é, como tudo na sociedade, regulada por normas. Os indivíduos, todos nós sabemos, não mudam de status apenas segundo o seu desejo, mas também de acordo com as normas sociais referentes a essa área da vida social” (Vila Nova, 1985, p. 80).

As mudanças estruturais que ocorrem nas sociedades tendem a alterar o sistema de estratificação, permitindo ascensão para alguns indivíduos e declínio na hierarquia social para outros. No Brasil, o declínio da economia agrícola baseada na mão-de-obra escrava, o desenvolvimento paralelo de atividades mercantis e industriais urbanas e as novas exigências da economia emergente possibilitaram a formação de um operariado e de uma classe média cidadã.

A estratificação social ocorrida em classes é característica das sociedades secularizadas urbano-industriais do presente. As sociedades estratificadas em classes são as que mais se aproximam do tipo de sociedade chamada aberta. Nas sociedades divididas em classes todos os seus membros podem ter acesso a qualquer camada social, mas, na prática, as possibilidades reais de ascensão social não são as mesmas para todas as pessoas.

A identificação da localização do indivíduo na divisão social não é tão clara quanto nas sociedades estratificadas em castas e em estamentos.

“Ao contrário do que ocorre nestas sociedades não são evidentes os limites entre as diferentes camadas na sociedade de classe. Se é relativamente fácil identificar os extremos na pirâmide social, o mesmo não acontece em relação aos limites entre as camadas[...]” (Vila Nova, 1985, p. 87).

A educação escolar tem se mostrado um canal de mobilidade social importante e o mais procurado pelas pessoas nas sociedades secularizadas do presente. Sebastião Vila Nova explica que:

“[...]de fato, em sociedades nas quais os princípios da racionalidade e o da utilidade são mais importantes do que a tradição, a qualificação profissional tem constituído um eficiente canal de mobilidade social. A educação escolar, no entanto, só funciona como canal de mobilidade social quando existe um mercado de trabalho carente de profissionais qualificados. Quando tal não acontece, a educação tem sido antes uma fonte de frustrações de aspirações de ascensão social. Ademais, é freqüente que, em sociedades ainda não inteiramente secularizadas, mas já não inteiramente tradicionais, formas seculares de aproveitamento das habilidades e conhecimento dos indivíduos coexistam com formas tradicionais de manutenção de prerrogativas sociais, como, por exemplo, através do parentesco” (Vila Nova, 1985, p.83-84).

A escolha das características definidoras de uma classe é sociologicamente válida, à medida que se consiga representar as oportunidades de vida e o estilo de vida próprios da classe.

“Desde Max Weber, oportunidades de vida e estilo de vida têm sido empregados como critérios gerais para a identificação das classes sociais. Média de vida, acesso à educação escolar, maior ou menor possibilidade de vir a ser vítima de doenças físicas e mentais são alguns dos aspectos que compreendem as oportunidades de vida. Tipo e local de residência, tipo de recreação, padrões de organização da família, preferência quanto ao consumo de produtos artísticos são, entre outros aspectos, alguns dos fatos incluídos na noção de estilo de vida” (Vila Nova, 1985, p.88).

Em todas as sociedades existe algum tipo de desigualdade social entre os indivíduos em relação aos direitos e deveres de cada um ou de acordo com as posições que eles ocupam.

“Desigualdade de direitos e deveres e diferenciação de posições, porém, não significam o mesmo que estratificação social. A estratificação é apenas um tipo

complexo de diferenciação. Nas sociedades tribais mais rudimentares, a estratificação é muito rara” (Vila Nova, 1985, p. 81).

Segundo Vila Nova (1985), a estratificação social surge a partir do momento que os instrumentos de produção e de transformação da natureza permitem o acúmulo de excedentes e a concentração de riqueza, gerando conseqüentemente, o surgimento das classes sociais.

O acesso à bens de consumo e a moda são exemplos de estratificação social nas sociedades formadas por classes sociais. As classes superiores têm necessidade de identificar o seu status, por meio de símbolos, como é o caso da moda, que é ditada pelas elites.

Há muitas barreiras que separam as faixas etárias, gêneros, formas de orientação sexual, grupos étnicos e raciais, e por mais insignificantes que pareçam, provocam resultados materiais irreversíveis sobre as posições que serão ocupadas pelos indivíduos e grupos na sociedade. Isso significa que os relacionamentos entre indivíduos pertencentes a uma sociedade formada por agrupamentos que se constituem se reconhecem e são reconhecidos como classes sociais sofrem a influência de fatores ideológicos e sociais, como acontece com a discriminação étnica e racial (Vila Nova, 1985).

O Brasil é formado por uma grande variedade de etnias, tradições, línguas e culturas, mas não recebe o reconhecimento e valorização que merece, mesmo assim forma um capital de riqueza para o desenvolvimento das sociedades e dos indivíduos. Mas a grande diversidade existe conjuntamente com um alto nível de desigualdade e exclusão, na qual a pobreza e a severidade na distribuição da riqueza dificultam a construção de uma sociedade mais integrada.

As desigualdades de oportunidades educacionais em detrimento da origem socioeconômica dos alunos é uma das mais sérias do país. Em Brasília, por exemplo, a segregação, exclusão e o controle das classes estão estrategicamente incorporadas ao planejamento urbano e habitacional.

As cidades-satélites distantes até 30 km do Plano Piloto foram criadas para obrigar o trabalhador e todos os seus moradores a morar em lugares distantes, se submetendo a se deslocar em transporte público, sem estrutura, e pagando a mais alta tarifa do país.

O poder público ocupa o outro lado implantando a geopolítica de segregação e controle social, transformando as áreas antes ocupadas por trabalhadores em grandes centros valorizados por investimentos públicos. A ideologia implantada pelas classes dominantes esconde suas verdadeiras intenções. “Tais classes instrumentalizam o espaço de forma a obter não somente vantagens em termos de retorno econômico-financeiro, mas, ao mesmo tempo buscam ter um controle político-social da maioria da população” (Gouvêa, 1995, p.27).

As classes dominantes utilizam os fatos gerados na própria cultura, oriundos das lutas de classes, para esconder essas lutas. Então, as religiões, a educação escolar e familiar, a justiça e a cultura podem ser entendidas como “Aparelhos Ideológicos de Estado”, que reproduzem a ideologia dominante.

O Estado assumiu um papel importante, funcionando como agente das classes dominantes, escamoteando os conflitos na tentativa de fazer valer os interesses destas classes como se fossem necessidades universais. No século XVIII as reformas burguesas avançaram, expandindo o capitalismo e o urbanismo passou a funcionar pelo Estado.

“Tais ações evidenciam com clareza a relação do modo de produção capitalista sobre o espaço, mostrando como as formas de segregação social, desenvolvidas por meio da valorização do solo, se relacionam com as formas de controle político ideológico empregadas pelo Estado, usando o espaço de uso residencial como objeto de ação” (Gouvêa, 1995, p. 31).

A ação governamental implantada no Distrito Federal evidencia a relação, onde o Estado, por ser o detentor da maior parcela da propriedade de terras, por possuir a exclusividade das ações de planejamento e por ter facilidade para conseguir recursos federais, em face do fato de sediar a Capital Administrativa do País, detêm instrumentos influentes para administrar a gestão urbana.

“Não é difícil imaginar a dificuldade que, por exemplo, os moradores de Ceilândia teriam para organizar uma manifestação de protesto na frente do Palácio Buriti (Plano Piloto), se o governo bloqueasse o transporte coletivo, ou mesmo a facilidade que a polícia teria para reprimir uma manifestação nos amplos espaços das cidades satélites ou do Plano Piloto, ao contrário se esta ocorresse numa favela [...] num primeiro momento o governo segregou física e socialmente a classe operária nas distantes e mal equipadas cidades satélites,

desenvolvendo ao mesmo tempo uma política de controle social desta população, por meio da distância que separa os núcleos satélites do Plano Piloto[...]Em ambos os casos, o espaço foi usado como instrumento que, se não impedia a mobilização da população segregada, pelo menos dificultava que isto ocorresse, facilitando, ao mesmo tempo, a ação do aparelho repressivo do Estado” (Gouvêa,1995, p. 134).

O acelerado crescimento populacional de Brasília também é um fator preocupante para o desenvolvimento econômico da capital, porque não consegue ser acompanhado pela taxa de oferta de novos postos de trabalho.

A maior consequência desse crescimento demográfico está na incapacidade em atender às crescentes demandas sociais, emprego, educação, saúde, habitação e segurança pública, dado o descompasso entre os índices de crescimento econômico local versus o da demografia.

As lutas de classes sociais é uma referência para a formação de um instrumento de difusão de idéias e notícias, a imprensa. O papel exercido pela imprensa no Brasil é muito importante para a análise desenvolvida por este trabalho.

1.3 Formação da Imprensa no Brasil

Os problemas da educação no Brasil têm origem na colonização e se confundem com o atraso da implantação da imprensa no país. O analfabetismo é um dos principais responsáveis pelo atraso da implantação da imprensa no país. A grande massa de colonizadores que aqui chegaram era constituída de homens do campo, rústicos ou analfabetos. O analfabetismo dominante (aliado ao primitivismo dos indígenas) auxiliou no processo de desenvolvimento tardio da cultura escrita e impressa.

A primeira publicação do jornal Correio Braziliense em 1º de junho de 1808, idealizado e produzido por Hipólito José da Costa Pereira, marcou o início da história da imprensa no Brasil. Inicialmente o jornal Correio Braziliense era formado por publicações políticas, o que abriu espaço para a informação de natureza científica e quase sempre Hipólito da Costa divulgava fatos e idéias criados na Europa.

“Uma curiosidade para os nossos dias é o formato desse jornal. Na verdade, não só na forma como no conteúdo, a maior parte dos jornais da virada do século XVIII para o XIX pouco se parecem com os nossos jornais de hoje. O próprio papel da imprensa naquele contexto era visto de outra maneira. Num tempo em que o acesso à educação era tão menos democrático, em que vivíamos a mudança do mundo a partir de idéias disseminadas pelo Iluminismo ao longo do século anterior, a imprensa se firmara como um importante difusor das chamadas Luzes. Naquele contexto, o jornalista se confundia com o educador. Ele via como sua missão suprir a falta de escolas e de livros através dos seus escritos jornalísticos” (Lustosa, 2003, p. 14-15)

A imprensa brasileira se desenvolveu a partir da chegada da Corte de D. João VI, em 1808. Os seus primeiros momentos foram introvertidos, porque eram controlados pela censura real, que a designava a reproduzir informações e documentos do governo. Mesmo cobrindo acontecimentos internacionais e fatos do cenário político, todas as notícias que se imprimiam no Correio tinham como alvo o Brasil e seu possível público leitor.

Durante o século XIX o jornalismo brasileiro assumiu identidade própria no processo de modernização da imprensa. Segundo Barbosa Lima Sobrinho, nesse período aconteceu:

“[...] a superação das estruturas arcaicas subordinadas exclusivamente aos interesses políticos (partidários ou governamentais) e percebe criticamente a adoção de padrões sintonizados com a economia de mercado [...]. Esse viés patriótico acaba por se converter em tradição dominante, impedindo até mesmo a participação de estrangeiros na propriedade de empresas jornalísticas” (Lustosa, 2003, p. 20).

As mudanças de produção dos jornais e revistas no Brasil influenciaram a imprensa a perder a sua motivação política, transformando-se em negócio, de acordo com a lógica do capitalismo.

“Os pequenos jornais, de estrutura simples, as folhas tipográficas, cedem lugar às empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício da sua função. Se é assim afetado o plano da produção, o da circulação também o é, alterando-se as relações do jornal com o anunciante, com a política, com os leitores [...], o jornal será, daí por diante, empresa capitalista de maior ou menor porte” (Sodré, 1999, p.275).

Em 1951 surgiu no Brasil um novo modelo de jornal, com formato graficamente moderno e revolucionário método de informar e até opinar. Este novo estilo de jornal marcou o aparecimento de uma imprensa popular de grande circulação.

Com o desenvolvimento da industrialização surgiu um novo modelo de jornal, mais preocupado com a forma do que com o conteúdo, como explica o historiador Nelson Werneck Sodré:

“Gerou-se, aqui, portanto, o conglomerado empresarial agrupando jornal-revista, em alguns casos - emissora de rádio e de televisão [...] Há muitos anos não acontece, entre nós, o aparecimento de um grande jornal. Muito ao contrário, o número de jornais, no Brasil, reduziu-se acentuadamente”. (Sodré, 1999, p. 11).

Hoje os jornais de grande circulação no país valorizam as informações visualmente mais atrativas, coloridas e ilustradas, capazes de gerar o interesse dos leitores potenciais, muitos afeccionados pela mídia digital.

A imprensa no Brasil permanece restrita às camadas privilegiadas da população. É reduzido o número de brasileiros que são leitores regulares de livros, revistas ou jornais. As tiragens diárias dos jornais mais populares do país mostram-se inferiores ao crescimento demográfico da população. O hábito da leitura está presente nas classes médias que foram educadas para ler.

“Ainda que tenham acesso a informações rápidas, condensadas e simplificadas que fluem através da mídia eletrônica, os contingentes majoritários da nossa sociedade não assimilaram os conteúdos culturais que lhes permitissem aprender integralmente os sentidos disseminados pelos produtos da indústria cultural” (Melo, 2003, p. 149).

De acordo com José Marques de Melo (2003), talvez este seja o motivo da perda de credibilidade de alguns jornais e também da queda continuada na leitura da mídia impressa. A hipótese da perda de credibilidade torna-se incontornável, quando se observa o tratamento que alguns veículos impressos têm dado a certas questões, como os padrões mínimos de técnica e de ética jornalística. Essa questão está relacionada também a liberdade da imprensa no país.

Segundo Nelson Werneck Sodré, o modelo de liberdade de imprensa adotado no Brasil tiveram, durante os séculos XIX e XX, forte influência francesa, traduzindo-se pela existência de legislação ordinária destinada a punir os excessos cometidos pelos eventuais transgressores. Em 1988, o modelo norte-americano, que proíbe a aprovação de leis ordinárias para constituir censura ao Estado, foi adotado no país.

Mas isso não invalidou a vigência da Lei de Imprensa, que disciplina os crimes de informação e opinião. Ou seja, os abusos cometidos pelos jornalistas, empresários da notícia ou pelos cidadãos que cometem abusos midiáticos. A punição e qualificação desses abusos cabem ao poder judiciário decidir.

Mas no Brasil, o privilégio à liberdade de imprensa continua sendo território das elites. Os grandes contingentes da população no Brasil não têm direito a informação. Deixam de usufruir da livre expressão e do direito de ter acesso à informação que os habilita a ter cidadania e a participação ativa na vida democrática.

“Testemunhamos uma situação caracterizada pela exclusão comunicacional. Não se trata de fenômeno peculiar ao Brasil, sendo perceptível também num grande número de países. Justamente aqueles que ainda não lograram construir democracias estáveis, onde todos os cidadãos usufruam os benefícios da modernidade” (Melo, 2003, p.147).

Marginalizados da cultura letrada, não participam integralmente das oportunidades de ascensão social que a sociedade democrática lhes oferece. Excluídos da educação avançada, são inferiorizados no acesso aos postos de trabalhos qualificados.

“A exclusão comunicacional constitui sério risco para a estabilidade democrática e naturalmente para a governabilidade. [...] Quando uma sociedade preserva o direito de expressão das suas elites, mas garante, ao mesmo tempo, o direito de informação ao conjunto dos seus cidadãos, ela está fortalecendo sua experiência democrática e prevenindo-se contra os retrocessos constitucionais. Só um povo bem informado é capaz de escolher governantes capazes de converter a liberdade de imprensa em peça-chave do constante aperfeiçoamento democrático” (Melo, 2003, p.150).

Um dos maiores desafios da imprensa é buscar com precisão o direito à informação, mas com interesse em informações que sejam relevantes para a formação da opinião pública. Com todos os defeitos e metas a serem alcançadas, até hoje a imprensa é a

principal forma de difusão de informação e conhecimento que permite aos cidadãos de qualquer sociedade acompanhar, participar e modificar a história do seu tempo.

Nesse sentido, este trabalho pretende analisar dois veículos de comunicação impressa, com conteúdos específicos e diferentes público-alvo. Foram escolhidos o jornal Coletivo e a revista Foco, porque ambos têm objetivos particulares, opostos e pretendem atingir diversas classes sociais, por meio de diferentes linhas editoriais e estilo de abordagem.

2. O jornal Coletivo e a revista Foco

Neste capítulo será analisada a estrutura editorial de dois veículos informativos, um de periodicidade diária e outro mensal: jornal Coletivo e revista Foco. Pretendo discutir como a linguagem direcionada para diferentes classes sociais interfere na estrutura de cada veículo.

2.1 Coletivo para todos

Idealizado e criado pelo jornalista Ronaldo Martins Junqueira, com objetivo de conquistar um público inserido na sociedade de massa. Ronaldo Junqueira teve a iniciativa de propor aos anunciantes um jornal com características comuns, mas com um diferencial, a gratuidade.

Um veículo para o povão. Essa foi a primeira idéia proposta na reunião para definir o nome do novo veículo de comunicação impressa de Brasília, que teria como diferencial a gratuidade, sendo sustentado apenas pela publicidade. Mas as dúvidas relacionadas ao nome do veículo não duraram muito tempo, já que as primeiras edições foram distribuídas na Rodoviária do Plano Piloto. Em seguida, surgiu o nome do jornal, Coletivo, relacionado ao transporte coletivo.

A primeira publicação do jornal foi no dia 2 de abril de 2001, com 8 mil exemplares distribuídos na Rodoviária do Plano Piloto. A capa com a foto da dançarina Scheilla Carvalho anunciava a 4ª Playboy de sua carreira. A matéria principal destacava a construção do metrô de Brasília. Composto por 23 páginas, o jornal publicou notícias sobre Brasília e fofocas sobre a vida pessoal dos artistas.

Mas hoje, com quatro anos, e cerca de 90 mil exemplares distribuídos de segunda a sexta-feira gratuitamente na Rodoviária do Plano Piloto, Taguatinga e em vários shoppings da cidade, ganhou muitos leitores e está sendo distribuído também em uma padaria do Lago Sul (inicialmente o jornal tinha o objetivo de atingir as classes D e E). O jornal ainda atende aos critérios que levaram à sua criação, a gratuidade e a informação acessível a população carente. Mas sua distribuição está crescendo e atingindo outras localidades da cidade.

Segundo o editor chefe do jornal, José Roberto Lima, não só as empregadas domésticas e caseiros lêem o jornal, mas também os moradores do Lago Sul. Roberto afirma ainda que os leitores moradores do Lago Sul também ligam para o jornal para pedir mais informações sobre assuntos das matérias publicadas.

As matérias do jornal Coletivo são divididas em editorias sobre esporte, política, cultura, mundo, gente, lazer, horóscopo e cruzadas. As mais importantes e únicas que são fixas são esporte e política. Os nomes das editorias do jornal são definidos a partir do tema que vai ser abordado. A principal fonte do jornal é a Internet, as pessoas que fazem o Coletivo são jovens formandos e estagiários, pessoas com sangue novo, de acordo com Roberto Lima.

A equipe do jornal é formada por um coordenador de redação, um editor executivo, um diretor de arte, um gerente industrial e quatro repórteres. O fechamento da edição é realizada todos os dias entre 12h e 14h, a distribuição acontece às 17h. O jornal Coletivo faz parte do Grupo Comunidade de Comunicação, que inclui também o jornal da Comunidade distribuído gratuitamente no Plano Piloto, Lagos Sul e Norte, Sudoeste, Octogonal e Águas Claras.

A primeira página do jornal Coletivo é formada por uma grande quantidade de fotos, na maioria das vezes de modelos vestidas sensualmente de sutiã e calcinha. A chamada da matéria principal é curta, direta e ocupa um grande espaço na capa, os assuntos que merecem manchete são sempre relacionados a fatos importantes que ocorreram durante o dia anterior e os últimos fatos até o fechamento da edição. A linguagem utilizada no jornal é fácil e objetiva, para que durante uma viagem de volta para casa, os leitores fiquem informados sobre o que está acontecendo em Brasília e no mundo.

Segundo a secretária do jornal, Célia Martins, as reclamações femininas sobre a quantidade de fotos de mulheres semi nuas na capa do Coletivo foram atendidas e agora elas também podem encher os olhos com fotos dos homens bonitos, como aconteceu na edição de 27 de abril de 2005, a qual trouxe o cantor Ricky Martin na capa.

Não só de fotos de homens e mulheres bonitos está recheada a capa do Coletivo, na edição do dia 19 de abril de 2005, as fotos do novo papa e da manifestação das mulheres de militares reivindicando aumento salarial estavam ocupando quase todo o espaço da capa, não deixando espaço para os corpos perfeitos das modelos.

Com títulos grandes e sutiãs¹ maiores ainda, as matérias sobre política ocupam as três primeiras páginas do jornal, como é o caso, por exemplo, da matéria publicada no dia 7 de abril com o título: “Comissão convoca presidentes de Estatais” e sutiã: “Deputados da CAS querem informações sobre investimento das empresas na Usina de Corumbá IV” e o *lead*:

“Os presidentes da CEB, do BRB, da Caesb e da Terracap terão de prestar esclarecimentos aos integrantes da Comissão de Assuntos Sociais (CAS), da Câmara Legislativa, sobre a participação de cada uma das empresas na construção da Usina Hidrelétrica de Corumbá IV” (Coletivo, 7 de abril de 2005, p.2).

A edição do dia 19 de abril também segue a mesma linha editorial de política, com o seguinte título: “Cálculo do auxílio-doença não será alterado” e sutiã: “Pressionado pelas centrais recua na MP 242, que modifica valor pago às pessoas que recebem o benefício” e *lead*:

“Pressionado pelas centrais sindicais, o Planalto admite um recuo parcial e aceita mudar a Medida Provisória nº 242, que altera as regras para concessão de auxílio-doença, auxílio-acidente, aposentadoria por invalidez e salário-maternidade” (Coletivo, 19 de abril de 2005, p. 4).

Na edição de 27 de abril as matérias de política têm o mesmo formato, título: “BRB quer investir R\$ 20 milhões na Usina de Corumbá IV” e sutiã: “Em reunião, na manhã de hoje, o presidente do banco pediu apoio dos distritais para aprovar a lei que autoriza o repasse” e o *lead*:

“O GDF deu hoje mais um passo para conseguir a autorização dos deputados distritais para aplicar R\$ 20 milhões do Banco de Brasília (BRB) na compra de ações da Usina Hidrelétrica de Corumbá IV” (Coletivo, 27 de abril de 2005, p.2)

Os assuntos relacionados a economia têm espaço pequeno no jornal, ocupando sempre uma página. As matérias dessa editoria são relacionadas à economia do país, salário-mínimo, desemprego e outras.

¹ Sutiã, forma usada na linguagem jornalística para definir o subtítulo abaixo do título

Na página há sempre um box, contendo assuntos relevantes sobre a economia do Brasil e em especial de Brasília.

As edições de 7 e 19 de abril trazem exemplos do modelo mencionado acima. No dia 19 de abril uma matéria de economia traz o título: “Compra de carro usado deve ser feita com cuidado” e *sutiã*: Vantagem do preço mais baixo dos veículos seminovos pode esconder problemas de documentação” e *lead*:

“A venda de carros usados no Distrito Federal, além de movimentar a economia, cria oportunidades principalmente à população de menor poder aquisitivo para a aquisição de um automóvel” (Coletivo, 19 de abril de 2005, p. 6).

O box na mesma página está com o título: “Educação, o melhor tratamento”, *sutiã*: “Professores fazem o elo entre escolas e alunos com problemas de saúde que não podem ir às aulas” e o *lead*:

“Um elo entre a escola e os alunos com problemas de saúde e impossibilitados de comparecer à sala de aula. Uma ponte que permite ao estudante dar sequência aos estudos enquanto mantém o tratamento médico. Há 35 anos, professores da rede oficial de ensino desenvolvem o programa Classes Hospitalares, uma verdadeira missão que garante a criança e adolescentes, em hospitais públicos, acesso a um aprendizado regular” (Coletivo, 19 de abril de 2005)

A matéria com título: “Valor de ligação entre celular e fixo aumenta” é o destaque da editoria de economia.

“Reajuste será de 7,99% e começa a valer a partir do próximo domingo. Governo conseguiu diminuir elevação” e o *lead*: “Se depender das negociações entre o governo federal e as empresas telefônicas que atuam no Brasil, as tarifas das chamadas entre telefones fixos e celulares devem ficar 7,99% mais caras a partir do próximo domingo” (Coletivo, 7 de abril de 2005, p. 5).

O box fala sobre o Congresso Nacional, com o título: “Sem tumulto no Congresso”, *sutiã*: “GDF lança propostas de Parceria Público-Privada para construir estacionamento subterrâneo na Esplanada, aliviar trânsito na área e preservar área tombada” e o *lead*: “O esboço arquitetônico já está concluído por Oscar Niemeyer. O processo licitatório deverá ser aberto pelo Governo do Distrito Federal, a partir das Parcerias Público-Privadas, ainda este semestre” (Coletivo, 7 de abril de 2005).

A editoria Mundo reveza-se entre as páginas 6 e 8 do jornal, ocupando um espaço curto de uma página caracterizada pela presença de uma ou duas matérias em destaque e por muitos boxes com pequenas notas de no máximo 11 linhas, e mais duas linhas para o título, sempre sobre fatos relevantes ocorridos ao redor do mundo.

As páginas policiais ocupam no máximo duas páginas, com matérias sobre crimes ocorridos em todo o Distrito Federal. As duas páginas têm formato fixo, com uma matéria principal e quatro boxes.

As editorias com notícias nacionais e sobre cidades vêm logo em seguida, geralmente quando há um fato relevante ocorrido no DF as editorias se complementam e ocupam uma página. Como aconteceu na edição publicada dia sete de abril de 2005, com o título: “Falta de professores revolta população do Recanto”. Esta matéria foi o destaque dessa editoria no dia e dividiu a página com um box fixo da editoria Nacional, com o nome de “Pelo Brasil”.

As editorias “Gente que Brilha” e “Por trás das Câmeras” estão divididas em duas páginas. São as editorias que têm mais espaço na capa do jornal, as fotos dos artistas e modelos na primeira página estão sempre em destaque, chamando a atenção do público. Notícias como “Michael Jackson mandaria menor ao Brasil”, “Playboy quer Daiane dos Santos”, “Xuxa não está satisfeita com seu silicone” ou “Nicole Kidman diz não estar grávida”, essas e outras notícias estão em evidência nas duas páginas dessas editorias.

O que mais chama a atenção é a quantidade de fotos que compõem estas páginas, muitas vezes gigantescas, ofuscando as notícias e ocupando um grande espaço. Além das fotos, há um box fixo com o título de “Bastidores”, com fofocas sobre os bastidores da televisão.

Nesta mesma edição, o horóscopo ocupa a página 14, juntamente com as cruzadinhas, jogos dos sete erros e piadas. O jornal Coletivo reserva as páginas 16 e 17 para cultura de Brasília e filmes. Os concursos e empregos ocupam as páginas 18 e 19, sempre com duas reportagens em destaque e dois boxes fixos, com título “Oferta de emprego” e “Olho no Futuro”. O primeiro traz notas sobre empregos na cidade e o último fornece dados sobre cursos e empregos em Brasília.

As quatro últimas páginas do jornal são dedicadas ao esporte e essa editoria ainda conta com uma tabela com os jogos do campeonato brasileiro de clubes. Todas as páginas

de esporte são compostas por uma matéria principal com informações sobre os clubes de futebol do Brasil.

O curioso é a coluna de Jorge Martins, “Crocodilo”, sempre com fotos de mulheres bonitas, que nem sempre estão relacionadas à algum esporte, mas chamam a atenção do público masculino.

Uma coisa que não pode faltar no Coletivo são as matérias irônicas, divertindo os leitores exaustos da rotina de trabalho.

“Velhinha impede assalto dando surra em ladrão. Um ladrão de bolsas levou a pior ao tentar assltar, ontem, uma idosa em um estacionamento de uma loja de departamento na cidade de Toledo. Tudoporque quando Katherine Woodworth, de 91 anos, percebeu o intento do assaltante, não fez por menos: começou a bater no homem com sua bolsa, até ele sair correndo” (Coletivo, 7 de junho de 2005, p.6).

Preocupado em publicar os problemas das cidades satélites, o jornal Coletivo foi criado inicialmente para a população mais carente, que depende do transporte coletivo para retornar para casa. Mas caiu no gosto do povo e hoje chegou às residências mais nobres da capital do país.

2.2 Foco na sociedade

Desde 1995 a revista Foco publica as festas e a vida da alta sociedade brasiliense. Criada pela jornalista e colunista social Consuêlo Badra, a revista cresceu ao longo destes oito anos de existência, mostrando as festas da Capital Federal, por meio de recursos de editoração.

A revista Foco é segmentada e tem o objetivo de informar a sociedade de Brasília, autoridades, personalidades, empresários, políticos, governantes, profissionais liberais e membros da administração federal e distrital, sindicatos, associações e federações, enfim, todos aqueles que movimentam a vida social da cidade.

A revista já atingiu o recorde de 200 mil leitores mensais. Autoridades civis e Militares do Poder Executivo, autoridades do Judiciário Federal, Senadores e Deputados Federais, Governadores e Secretários Estaduais, Diplomatas recebem gratuitamente a revista Foco.

A revista pretende atingir a classe A, seus leitores ocupam posição de destaque nas empresas e na sociedade brasileira, um dos 50 mil exemplares da revista Foco é lido por três pessoas, em média. Além de Brasília, a revista pretende chegar à outras capitais do país.

A sede da revista está localizada em Brasília, no edifício *Business Center I*. O escritório no 8ª andar do prédio é dividido em quatro pequenas salas onde 10 profissionais das áreas de editoração eletrônica, editores e departamento financeiro trabalham por seis horas diárias. A revista ainda tem sucursais em Goiânia, São Paulo, Belo Horizonte e Curitiba.

O conteúdo da revista Foco é constituído basicamente pela cobertura da agitação da alta sociedade de Brasília. São 160 páginas dedicadas a mostrar festas e eventos sociais da Capital Federal. A terceira contra-capá é reservada para o editorial da colunista e presidente Consuelo Badra. Na mesma página há um resumo dos principais fatos que serão abordados nas editorias da revista.

A presidente da revista demonstra homenagear as autoridades brasilienses em sua coluna. Um exemplo disso é a matéria publicada na edição de 2000:

“Seu nome parece de príncipe: Paulo Alberto Artur da Távola Moretzsohn Monteiro de Barros. Na verdade, o Artur da Távola foi incorporado ao nome verdadeiro no período da ditadura militar por imposição dos mandões da época. Terminou ficando como nome parlamentar e literário. Convidado pelo prefeito eleito, Cesar Maia, o senador será o secretário de Cultura da cidade do Rio. Senador da República, carioca, tucano, Artur da Távola é um político de múltiplas atividades. Quando não está no plenário pronunciando belos discursos, cuja tônica principal sempre tem a ética como foco, encontra-se envolvido com a literatura, a música, o rádio e a televisão. Por Consuelo Badra” (Foco, novembro de 2000, p.30).

A revista é dividida em várias editorias, que por sua vez não são fixas. Composta por muitos editoriais dos jornalistas Florian Madruga, Pedro Gordilho, Carlos Chagas, Gilberto Amaral, Celso Faria, Paulo Castelo Branco, Márcio Contrim, entre outros. As matérias apresentam uma linguagem rebuscada e informações conhecidas apenas por literatos. O artigo de Florian Madruga é o primeiro dentre muitos, seus artigos ocupam uma

página, comentando assuntos diversos e atuais. Os títulos são curtos e diretos como os das edições de fevereiro e março de 2005: “Cadê os livros?” e “Futuro e Ufanismo”. Os artigos de autores não fixos são interessantes e levam o leitor a refletir sobre temas variados. Um exemplo disso é o artigo de Washington Araújo, da edição de fevereiro de 2005. Com o título, “O desafio do primeiro texto”, ele comenta sobre o hábito de escrever.

Algumas editorias não têm página fixa, o que obriga o leitor observar o índice. A vida social está registrada nas fotos, sempre em grande quantidade, elas ocupam lugar de destaque na editoria que leva o nome da presidente. A jornalista e colunista Maria Amaral escreve sobre viagens e em meio a muitas fotos, ela conta sobre roteiros e dá dicas para os possíveis viajantes.

Além de divulgar os eventos de Brasília, a revista Foco também tem espaço para refletir sobre questões importantes presentes na vida de seus leitores, como a matéria sobre depressão. As causas e conseqüências da doença do século são abordados na matéria de forma simples e direta. O leitor que se identificar com os sintomas pode procurar ajuda por meio de livros sugeridos na matéria ou por clínicas especializadas em tratamentos da depressão, também indicados.

“A psicoterapia comportamental cognitiva é das mais eficazes no tratamento contra a depressão, torna-se mais baixa a taxa de recidivas porque o doente aprende estratégias. A recuperação é também mais rápida. O primeiro passo é a ativação da pessoa, através de um programa de atividades diário, que lhe vai aumentar o nível de energia” (Foco, fevereiro de 2005, p.52).

A revista Foco atende às exigências da classe que pretende atingir com o preço elevado em comparação a outras revistas do mesmo segmento, seus leitores são atualizados sobre os últimos acontecimentos sociais da sociedade brasiliense, e também sobre os fatos relacionados ao cotidiano.

2.3 Esporte e lazer

A cobertura de esporte e lazer no jornal Coletivo e na revista Foco são voltados para culturas e hábitos distintos dos leitores, por exemplo, a revista Foco publicou matéria sobre boliche, retratando os participantes de competições em Brasília.

“O caminho para o strike. Uma das principais atletas do boliche em Brasília no boliche tem apenas 19 anos. Teve uma participação nos jogos Pan-americanos em Santo Domingo, onde ficou na sétima colocação, e já ganhou inúmeras competições. Mas o presidente da FBDF ressalta que uma bola de boliche ideal para competições não sai por menos de R\$ 750. Sem contar com os acessórios, como sacolas, cujo preço está em torno de R\$ 400e os sapatos, que custam R\$ 500 aproximadamente” (Foco, abril de 2005, p.73).

As páginas do Coletivo dedicadas a esporte e lazer não tratam de outro assunto se não o futebol. Em todas as edições analisadas, os outros esportes ocupam metade de uma página e não ganham tanto destaque quanto o futebol. Os técnicos do futebol, os resultados dos jogos e até tabelas com os jogos dos campeonatos compõe as páginas de esporte:

“Baixinho faz a sua despedida da seleção. O presidente da confederação Brasileira de futebol (CBF), Ricardo Teixeira, decidiu convocar o atacante Romário, do Vasco, para o amistoso contra Guatemala” (Coletivo, 19 de abril de 2005,p.22).

Enquanto a revista Foco se interessa em destacar esportes e lazer para a classe A de Brasília, com preços elevadíssimos para a maioria da população da cidade, o jornal Coletivo se dedica ao futebol, paixão nacional, e não se arrisca em destacar outras formas de lazer inacessíveis à população de classe mais baixa.

2.4 Cobertura Política

Os veículos analisados são produzidos em Brasília, o centro político do Brasil. Daí a importância de analisar como o jornal Coletivo e a revista Foco se pautam para tratar deste

tema. Para isso, houve a necessidade de analisar as edições dos veículos no período de fevereiro, março, abril e maio de 2005.

O jornal Coletivo aborda questões relacionadas ao interesse público, como serviços para a comunidade. As matérias dão destaque ao cenário do Distrito Federal, mas sem esquecer do resto do país. Nas edições de fevereiro duas matérias ganharam destaque, uma por ter adquirido um caráter social e a outra faz um resumo dos principais fatos políticos ocorridos no dia em questão. Uma delas foi a da edição nº 965, como o título “Forças militares do DF recebem 287 viaturas”, anunciando os benefícios na área de segurança trazidos pelas novas viaturas fornecidas aos militares de Brasília.

“O governador Joaquim Roriz entregou, hoje, às 10h30, 287 viaturas e equipamentos de segurança, no estacionamento da Administração Regional de Ceilândia. No mesmo local, foram assinados ainda documentos administrativos, que visavam à nomeação de cerca de 253 policiais para serem incorporados na Central de Integração de Atendimento e Despacho (Ciad); setor da Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social, aumentando assim a estrutura daquele órgão do Governo do Distrito Federal” (Coletivo, 03 de fevereiro 2005, p.3).

A eleição na Câmara dos Deputados foi destaque da editoria de política no jornal Coletivo;

“Deputados escolhem presidente entre cinco candidatos. A Câmara realiza hoje, a partir das 16h, a eleição do novo presidente da Casa. Na eleição mais disputada da história, os 513 deputados vão escolher, por meio de votação secreta, seu novo presidente. Estão na disputa os deputados Luiz Eduardo Greenhalgh (SP), candidato oficial da bancada do PT; Virgílio Guimarães (PT-MG); José Carlos Aleluia (PFL-BA); Severino Cavalcanti (PP-PE) e Jair Bolsonaro (PFL-RJ). Qualquer deputado pode registrar uma candidatura avulsa até uma hora antes do início da eleição” (Coletivo, 16 de março de 2005, p.3).

Nas edições seguintes a situação se repete, o jornal Coletivo mantém a cobertura política voltada para uma cobertura chapa branca interessada nas obras realizadas pelo governo do DF e, em oposição ao PT partido do presidente Lula. A presença de propagandas relacionadas ao GDF e as matérias positivas em relação ao GDF mostram uma característica do jornal Coletivo de não apenas informar, mas de reafirmar a ideologia do

governo. Em março, as edições nº 971, nº 983 e nº 986 deram destaque ao PT e às metas do governador Joaquim Roriz para as eleições de 2006;

“O PT do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que agora reclama do “radicalismo” da oposição, foi o partido que mais vezes fez denúncias contra o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (1995-2002). O próprio presidente do PT, José Genoino, pediu, quando deputado, abertura de processo de crime de responsabilidade contra FHC, em 1999” (Coletivo, 02 de março de 2005, p.4).

Notícias sobre o Distrito Federal ocuparam poucas páginas no mês de março, as metas de Joaquim Roriz para as eleições de 2006 ganharam relevância na edição nº 986:

“Roriz vai começar a trabalhar a sua sucessão. Ao governador Roriz – que tem solicitado, insistentemente, aos aliados para que não se precipitem no lançamento de candidaturas, a fim de evitar perigo de divisão de forças governistas, e que se mostra disposto a retomar as ações políticas junto aos deputados distritais situacionistas que ensaiam posições mais independentes na Câmara Legislativa frente ao Buriti – pode sobrar alternativa de promover mudança no secretariado, brevemente, para acomodar interesses em conflito” (Coletivo, 07 de março de 2005, p.5).

Em abril, o escândalo relacionado à Secretaria de Educação do Distrito Federal foi o destaque da edição nº 1010:

“Depoente acusa Secretaria de Educação de fraudar licitação. A advogada da empresa Esave, Luciane Almeida Nunes, foi a primeira a ser ouvida pela CPI da Educação, na manhã de hoje, no plenário da Câmara Legislativa. A Comissão Parlamentar de Inquérito investiga denúncias de irregularidade na Secretaria de Educação do Distrito Federal. De acordo com a advogada, a empresa acusa a Secretaria de Educação de ter fraudado a licitação para a contratação de uma empresa especializada em transporte escolar. (Coletivo, 8 abril de 2005, p.4).

O serviço público também ganhou importância em abril, quando o jornal publicou matéria sobre o Fundo de Geração de Emprego e Renda (Funger) para o Distrito Federal. Como os leitores são trabalhadores ou pessoas desempregadas, a matéria ganhou espaço de um Box:

“Crédito de R\$ 25 milhões deve gerar 15 mil empregos. O governador Joaquim Roriz assinou, ontem no Palácio do Buriti, decreto que cria o Conselho de administração para o Fundo de Geração de Emprego e Renda (Funger), da Secretaria de Trabalho. O fundo vai disponibilizar linha de crédito de R\$ 25 milhões direcionada aos pequenos empreendedores formais e informais do DF” (Coletivo, 27 de abril de 2005 p.3).

Enquanto o jornal Coletivo cobre a área de Política com linguagem acessível ao seu público-alvo, a revista Foco procura enfocar a área de política sob o ponto de vista social, voltado para as colunas sociais. Há uma página fixa dedicada à área de política, é formada por várias notas, que revelam o cenário político com todo o seu glamour. Como a nota publicada em fevereiro sobre a TV Distrital.

“Temos esperança que a TV Distrital torne mais produtiva a Câmara Legislativa. As sessões e atividades diversas passam a ser acompanhadas pela população no Canal 9 da Net, podendo os leitores avaliarem diretamente o comportamento dos deputados distritais”(Foco, fevereiro de 2005, p.67).

Adotando caráter positivo e meramente informativo, a revista demonstra que não tem interesse em ganhar inimigos ou publicar fatos bombásticos sobre os bastidores da política. A vida social e agitada dos políticos do país é o tema preferido da grande maioria das notícias sobre política.

“Gim comanda o PTB. Mais de duas mil estiveram presentes na festa de filiação do deputado Gim Argello no PTB. Governador Joaquim Roriz, deputado federal e presidente nacional do PTB, Roberto Jefferson, deputado federal Alberto Fraga, senador Paulo Octávio, deputado José Roberto Arruda” (Foco, março de 2005, p.124).

Este tipo de notícia interessa aos parlamentares, parte do público-alvo da revista Foco. Os leitores do jornal Coletivo não leriam com tanto entusiasmo o fato de Gim Argelo ser o novo filiado do PTB.

A coberturas sobre política são distintas nos veículos, por isso a necessidade de estabelecer parâmetros de comparação entre ambas.

Os veículos publicaram notícias sobre a comemoração dos 25 anos de fundação do PT. Com abordagens distintas, o jornal Coletivo e a revista Foco deram destaque para o fato. O jornal Coletivo abordou o motivo pelo qual o presidente Luiz Inácio Lula da Silva adiou as comemorações do aniversário do PT.

“O PT completa 25 anos amanhã, mas empurrou para março as principais comemorações em torno da data. Isso para que o aniversário não seja contaminado ou ofuscado por uma outra comemoração incômoda para o partido: no próximo domingo, dia 13, o Caso Waldomiro Diniz completa um ano. O episódio em que o então assessor do ministro José Dirceu (Casa Civil) aparecia, numa gravação de 2002, negociando propina não foi o primeiro envolvendo membros do partido em suspeitas de corrupção, mas retirou de vez das mãos do PT a chamada “bandeira ética”, vendida até então como um dos seus traços distintivos no quadro político brasileiro” (Coletivo, 09 de fevereiro de 2005, p.4).

A revista Foco preferiu a cobertura após as comemorações, destacando a falta de ânimo do presidente.

“Festa ou Velório? Para usar expressão de décadas atrás, foi chinfrim a festa pelos 25 anos de fundação do PT, tantas vezes adiada e transferida de lugar, afinal realizada em Recife. Nada havia a comemorar, talvez por isso o presidente Lula tivesse hesitado tanto em comparecer, mesmo chegando perto na véspera, ao visitar Maceió” (Foco, abril de 2005, p.196)

Ambos comentaram o mesmo assunto, mas preferiram datas diferentes. A revista Foco cedeu uma página inteira para o jornalista Carlos Chagas discorrer sobre as derrocadas do PT. Por outro lado, o Coletivo fez uma cobertura simples, ocupando menos de uma página e destacando os mesmos pontos da revista Foco, mas sem se aprofundar, deixando o leitor sem um desfecho para a história.

Cumprindo o caráter pelo qual foi criado, o jornal Coletivo elabora matérias voltadas para um público pouco letrado, interessado em notícias curtas e objetivas. O jornal continua a obedecer a linha editorial a partir da qual foi criado, sendo direto, prático e utilitário. A revista Foco também está obedecendo a estrutura que foi proposta inicialmente, informando as classes bem favorecidas de Brasília sobre os eventos sociais da cidade.

Para tornar mais compreensível a análise da estrutura de ambos os veículos me proponho a compará-los com outros veículos de comunicação que têm linhas editoriais semelhantes.

2.5 Coletivo e Correio Braziliense

Um atende a demanda do povão e o outro pretende informar todo o Distrito Federal, adotando formato moderno reconhecido por vários prêmios conquistados. O primeiro veículo é chamado de jornal Coletivo e o segundo Correio Braziliense, ambos são publicados diariamente com notícias regionais, nacionais e internacionais.

Pretendo comparar o Correio Braziliense e o jornal Coletivo com intuito de entender as diferenças existentes entre as estruturas de jornais que circulam em Brasília diariamente.

O Correio Braziliense foi fundado junto com Brasília em 21 de abril de 1960, por Assis Chateaubriand. Desde então se tornou um dos veículos de comunicação mais influentes da Capital Federal. O Correio, como é mais conhecido, já ganhou prêmios importantes no jornalismo brasileiro, como o Esse, Vladimir Herzog, Ayrton Senna, Gabriel García Márquez, SDN (um dos mais importantes prêmios de jornalismo gráfico do mundo).

A empresa conta também com o *site* CorreioWeb, que ganhou em 2002 o título de melhor site regional do Distrito Federal. Nem todos são unânimes em elogios ao jornal, que sofreu uma grande reforma editorial e gráfica. O que surpreendeu e não agradou a tantos leitores foi a reforma realizada no texto, que passou a adotar uma estrutura diferente, sem *lide* (pequenas perguntas sobre o que, porque, quando e onde nas matérias) grande nariz de cera e cores fortes utilizadas na capa.

Já o jornal Coletivo atende às exigências da classe mais baixa e não adota a estrutura de um grande jornal como o Correio Braziliense. As matérias publicadas no

primeiro são mais diretas e objetivas, já no segundo, o espaço é bem maior, o que permite matérias mais aprofundadas.

A matéria publicada no Correio Braziliense sobre o novo Papa teve a seguinte abordagem:

“Por que *Benedictus*? Último pontífice a escolher o nome enfrentou a I Guerra Mundial e ficou apenas oito anos no poder [...] Geralmente o nome que um papa escolhe faz alguma homenagem ou remete de alguma forma para o último a ter aquela denominação. Com o alemão Joseph Ratzinger não foi diferente. Ao pedir para ser chamado de Beto XVI, ele aponta para o Bento XV, papa entre 1914 e 1922, um pacificador nato. E indica que realmente terá o trabalho de unificação dos pensamentos e ações católicas. Ratzinger também sucederá um papa extremamente popular, assim foi com Bento XV, que veio de Pio X. A consequência mais provável é que seu pontificado seja mesmo de transição” (Correio Braziliense, 20 de abril de 2005).

O mesmo tema foi publicado no dia anterior no jornal Coletivo, mas com outro foco.

“Já temos Papa. Bento XVI este é o nome que o novo papa, o cardeal alemão Joseph Ratzinger, de 78 anos eleito no início da tarde de hoje, pelos 115 cardeais, no segundo dia do conclave, vai usar. Decano dos cardeais, ele é apontado como conservador, foi o braço direito de João Paulo II nas questões doutrinárias e deve dar continuidade às doutrinas de seu antecessor [...]” (Coletivo, 19 de abril de 2005, p. 10).

A diferença entre os dois veículos não está somente no texto e na diferente abordagem feita pelas matérias, a diagramação tem formato bastante desigual nos jornais. Um adota o formato mais simples e acessível. O outro tem formato padrão dos jornais, mas em termos visuais agrada aos olhos do público.

Ambos de periodicidade diária, o jornal Coletivo e Correio Braziliense pretendem atingir um público diferente e, por isso, estruturas tão distintas foram adotadas. A gratuidade do Coletivo atrai as classes C, D e E e o Correio Braziliense agrada aos leitores antigos, classes letradas, intelectuais e candangos fiéis ao jornal, cuja história se confunde com a de Brasília.

2.6 Foco e Caras

A revista Caras tem periodicidade semanal e pretende mostrar a intimidade dos artistas. As fotos e os cliques indiscretos são o alvo predileto dessa revista, que completou oito anos em novembro passado, com tiragem de 445 mil exemplares.

As páginas das revistas Caras são folheadas pela maioria das pessoas que aguardam atendimento em consultórios médicos. A sedução da revista está nas fotos e nas notícias e fofocas sobre as celebridades do momento. O foco das notícias mais recentes é a separação repentina de Ronaldinho e Daniela Cicarelli, que ultimamente não anda tão triste assim.

“Era imensa a aposta que a presença de Daniella Cicarelli o Rio de Janeiro, às vésperas do desembargue de Ronaldo, que chegou no domingo para se apresentar à Seleção Brasileira, pudesse significar uma reconciliação. Sorridente, aparentando serenidade, ela passou parte do dia 26, feriado de Corpus Christi, se bronzeando nas areias da praia do Leblon. Lá, chegou a dançar enquanto escutava música de um walkman nos poucos momentos em que desgrudou do seu aparelho celular” (Caras, maio de 2005, p.20).

Há algumas diferenças entre as linhas editoriais adotadas pelas revistas Caras e Foco. Apesar de ambas terem adotado métodos semelhantes para atrair os leitores. A primeira tem interesse nos fatos relacionados à vida pessoal dos artistas e celebridades nacionais e internacionais. A segunda publica fatos relacionados a vida agitada da classe A de Brasília, mas também aborda temas voltados para uma classe intelectualizada e exigente.

O público-alvo da revista Caras são as classes B, C, D e E. As matérias sobre moda, saúde, estilo e amor chamam mais a atenção do público feminino, que são as principais leitoras da revista.

A revista Foco tem interesse em deixar a classe mais favorecida de Brasília informada sobre os eventos sociais, políticos e econômicos da cidade. Já a revista Caras, por meio de muitas fotos e fofocas, pretende atingir todas as classes sociais do Brasil, com notícias dos bastidores da vida pessoal das celebridades.

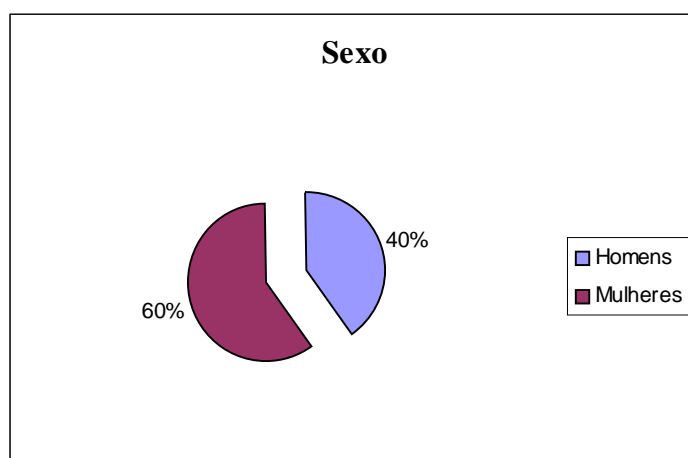
3. O perfil sócio-econômico do leitor

3.1 Leitor da revista Foco

Para demonstrar o perfil dos leitores do jornal Coletivo e da revista Foco este trabalho baseia-se em pesquisas sobre a situação sócio-econômica realizadas pela empresa Independente Assessoria Empresarial, e na aplicação de sessenta questionários na Rodoviária do Plano Piloto. A finalidade da análise é identificar a origem de classes, poder aquisitivo e escolaridade desses leitores. A utilização dos questionários não foi baseada em nenhuma mostra científica, o que não invalida a pesquisa, mas revela uma amostra em um local específico.

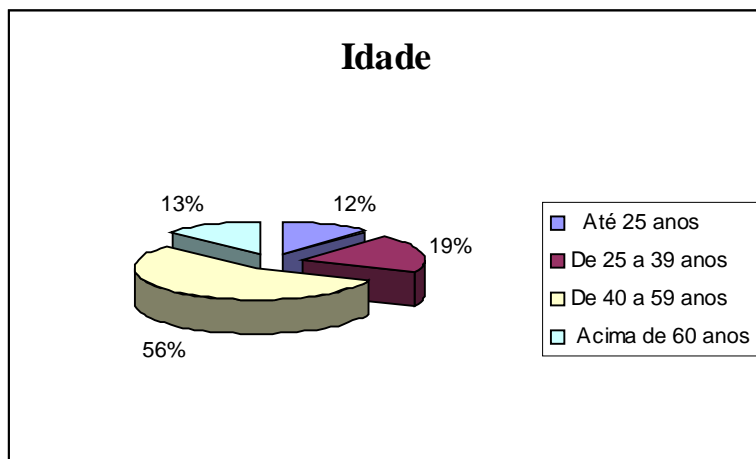
3.1.2 Gráficos

1º Questão – Sexo:



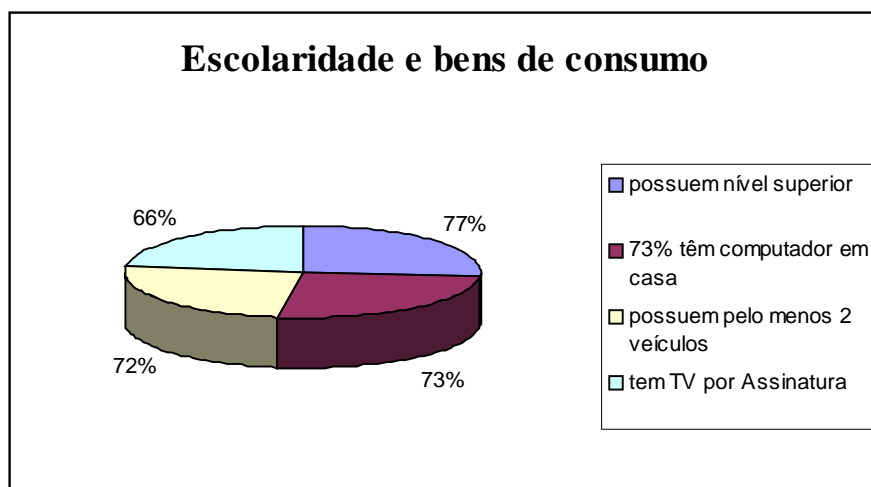
Fonte: Independente Assessoria Empresarial

2º Questão – Idade:



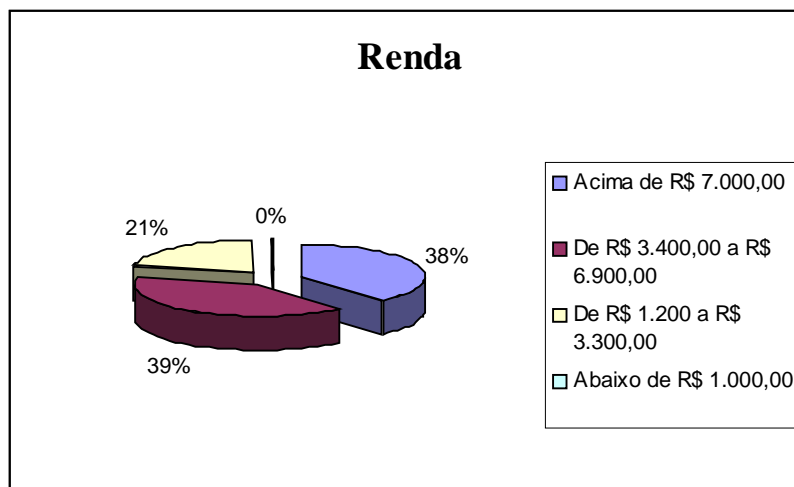
Fonte: Independente Assessoria Empresarial

3º Questão – Escolaridade e bens de consumo:



Fonte: Independente Assessoria Empresarial

4º Questão - Renda:



Fonte: Independente Assessoria Empresarial

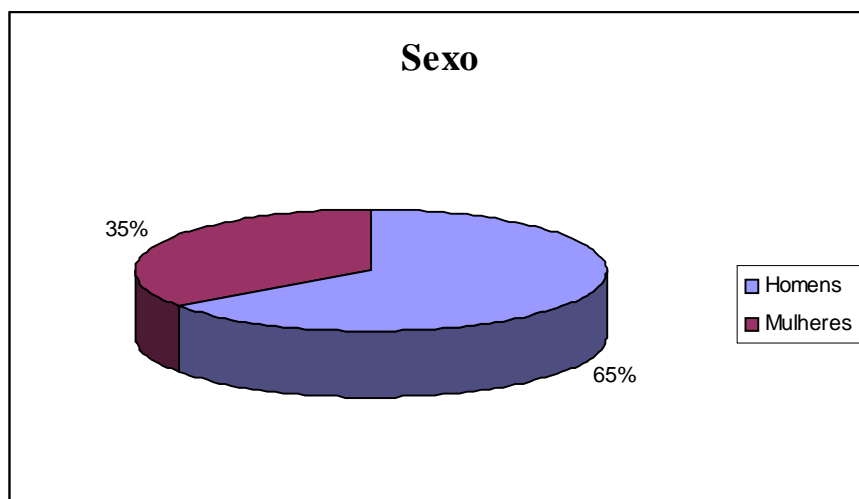
Segundo a pesquisa, o público feminino tem preferência pela revista Foco. A idade dos leitores é de 40 a 59 anos, com renda superior a R\$ 3.000,00, sendo que 77% possuem nível superior e são moradores do Lagos Sul e do Plano Piloto. A revista é distribuída estrategicamente para o GDF, Governo Federal e Embaixadas. Os níveis de satisfação dos anunciantes são bastante satisfatórios.

3.2 Leitor do jornal Coletivo

Na pesquisa realizada por meio de questionários aplicados na Rodoviária de Brasília ficou constatado que o maior número de leitores do jornal são moradores das cidades satélites. Além dos dados coletados pelos questionários, foi necessário montar o perfil do leitor a partir de informações sócio-econômicas das regiões administrativas do Distrito Federal. Entre os entrevistados, 25% moram no Gama, 15% em Taguatinga, 30% residem no Paranoá e em Samambaia, 30% são moradores de São Sebastião e Recanto das Emas e 10% moradores de Planaltina. O maior número de leitores são do sexo masculino, segundo as entrevistas.

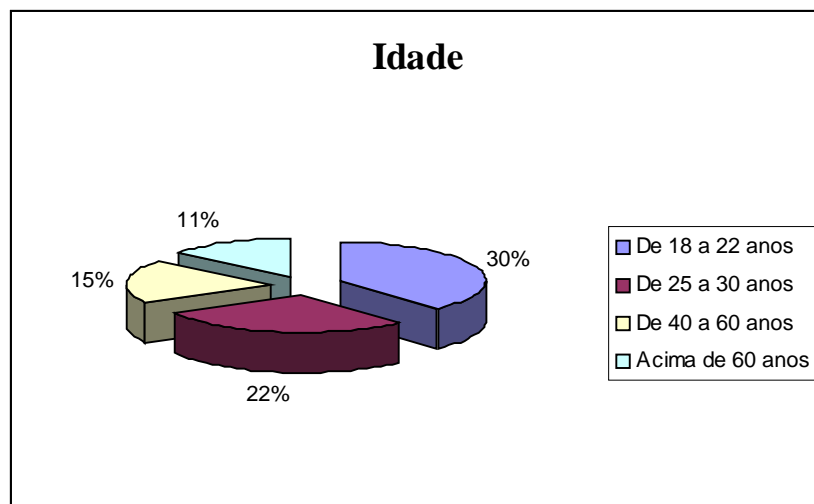
3.2.1 Gráficos

5º Questão - Sexo:



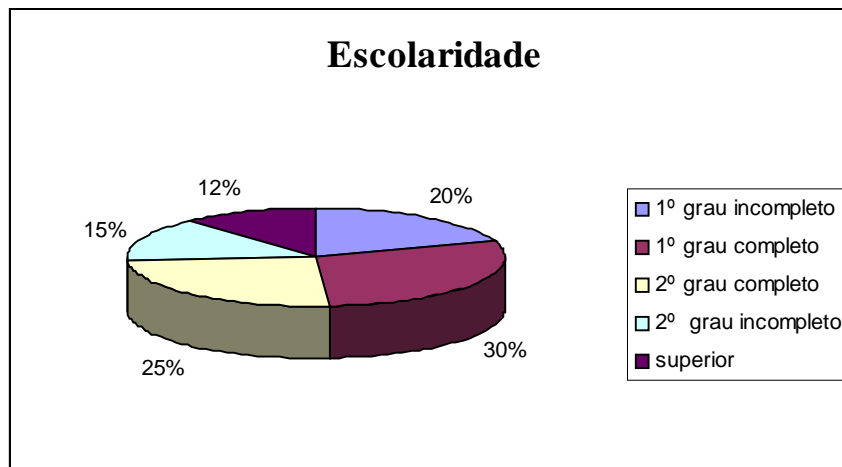
Fonte: Questionários aplicados na Rodoviária do Plano Piloto

6º Questão – Idade:



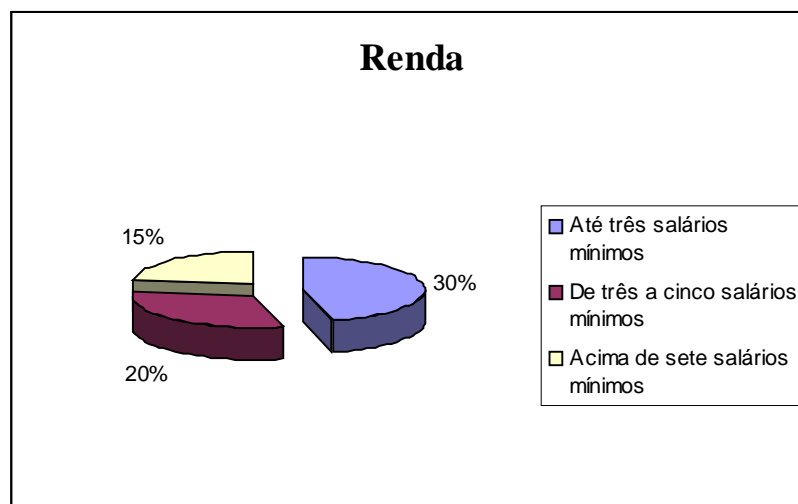
Fonte: Questionários aplicados na Rodoviária do Plano Piloto

7º Questão - Escolaridade:



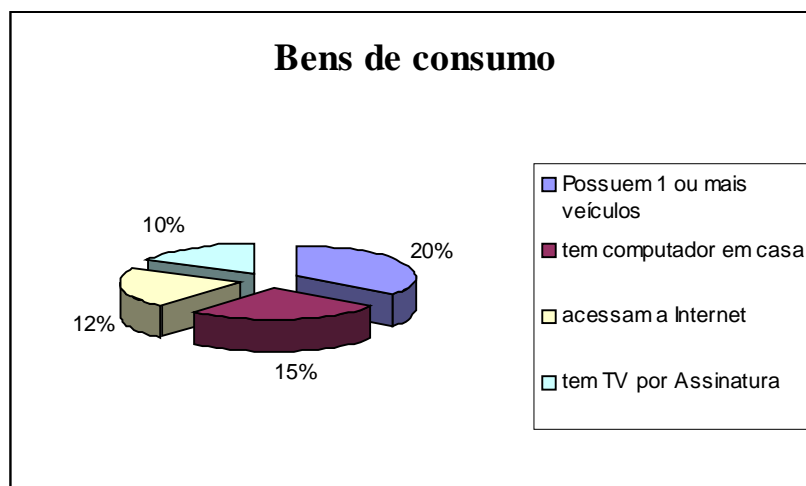
Fonte: Questionários aplicados na Rodoviária do Plano Piloto

8º Questão - Renda:



Fonte: Questionários aplicados na Rodoviária do Plano Piloto

9º Questão - Bens de consumo:



Fonte: Questionários aplicados na Rodoviária do Plano Piloto

De acordo com as entrevistas, os homens ganham das mulheres na preferência pelo Coletivo, sendo leitores assíduos do jornal. A maioria se classifica na faixa etária de 18 a 22 anos, sendo que mais de 30% tem apenas o 1º grau completo e recebem até três salários mínimos por mês. As entrevistas constataram ainda que mais de 15% dos leitores têm computador em casa, mas desses apenas 15% acessam a Internet frequentemente.

3.2.2 Leitores distintos

Os dados indicam que os leitores da revista Foco estão inseridos na classe A da sociedade brasileira, enquanto os leitores do jornal Coletivo representam as classes que formam a maioria da população brasileira, constituída das camadas mais pobres e desfavorecidas da sociedade. O grau de escolaridade e a renda mensal são características importantes que distinguem os leitores do jornal Coletivo e da revista Foco.

A editoração e a estrutura dos veículos são nitidamente distintas, ambos adotaram estratégias diferentes de abordagem para atrair os leitores. Por exemplo, a revista Foco tem um grande apelo estético e é impressa em papel Couchê 150gr e 90gr, com tamanho de 21x28 cm para atender a demanda de um público exigente. Por outro lado, o jornal Coletivo tem formato tablóide e é impresso em papel jornal, oferecendo utilidade e informação para os leitores.

Os leitores da revista Foco têm oportunidade de checar e conhecer a estrutura do jornal Coletivo, mas o contrário talvez nunca aconteça. Poucos leitores do Coletivo têm

condições financeiras para adquirir uma revista com valor tão elevado ou não representam a classe que a recebe gratuitamente. Por meio das pesquisas sobre os leitores dos dois veículos, este trabalho pôde mostrar como a imprensa reflete a estratificação social de nossa sociedade, por meio de conteúdos específicos dirigidos a determinadas camadas da sociedade.

A linguagem utilizada por cada veículo é um fator importante de distinção que promove a qualificação do seu público-alvo. Para Ferdinand de Saussure o homem utiliza a linguagem como meio de expressar a sua cultura e assim se assemelhar com outro indivíduo que obtenha as mesmas características.

“O homem transforma o meio em benefício próprio, a pessoa culta cria e vivencia o processo de transformação e a linguagem é uma manifestação cultural do indivíduo na sua forma plena da expressão. A lingüística é uma ciência que sistematiza a linguagem e faculta caminhos para o estudo das diversas línguas. E por sua vez a língua é um organismo vivo capaz de representar a nacionalidade de um povo mostrando valores culturais, étnicos e históricos” (Saussure, 1916, p.15).

Pensando em alcançar um público específico, a imprensa cresceu como indústria impondo mensagens padronizadas, que muitas vezes afrontam a cultura peculiar de determinado grupo social, transformando-se em uma arma de dominação intelectual e política.

3.3 Imprensa e a Sociedade

A imprensa tem sido descrita como o “quarto poder” ou como um grande fiscalizador, o poder a serviço do cidadão. Esta afirmativa implica em um mercado de informação competitivo com diversas fontes de informação. Alguns teóricos da democracia deliberativa, que são a favor dos cidadãos terem o livre acesso à informação sobre os assuntos de interesse geral, atribuem à imprensa um papel crítico na formação da opinião pública, permitindo o acesso dos grupos mais relevantes à mídia e o debate de idéias.

Mas no Brasil, a imprensa assume um papel estratégico para o funcionamento das instituições de comunicação e do jogo de interesses econômicos. A imprensa ainda assume

um papel essencial, predominante, como espaço principal na formação da opinião pública. Porém, seus aspectos contraditórios marcam esse procedimento.

Hoje as agências de publicidade compram as empresas privadas de comunicação, que por obrigação se estruturam de acordo com as exigências dos anunciantes. Para muitas empresas de comunicação o mais importante é o poder aquisitivo dos leitores e não a informação simplesmente.

A massa da sociedade formada por pessoas com pouco poder aquisitivo não se identifica com as editoriais de economia e de política, na grande maioria dos veículos de comunicação voltadas para os grandes empresários. Segundo o jornalista, escritor e coordenador geral do Laboratório de Políticas da UFR, Emir Sader, essa contradição entre os interesses privados da grande empresa e sua função pública marca profundamente a grande imprensa e condiciona fortemente seu desempenho.

A comunicação de massa está fortemente ligada a essa estrutura adquirida pela imprensa ligada a interesses econômicos caracterizada pela indústria:

“Entre os inúmeros produtos industrializados postos à disposição da sociedade contemporânea, em sua constante demanda de bens de consumo maciçamente fabricados e oferecidos no mercado, figura a mensagem cultural, que é o objetivo da comunicação de massa. Isto significa que grupos organizados da comunidade (Estado, empresa privada, instituições sociais), como comunicadores, empregam capitais, pessoal e técnicas específicas na elaboração e difusão coletiva de um produto que resulta do ordenamento de formas de saber e padrões de conduta em uma estrutura sintática (linguagem), ao alcance da capacidade e da habilidade receptiva da massa consumidora” (Quirino, 1986, p.60).

Na indústria cultural o homem se torna o sujeito o fator mais importante e as massas da população não são definidas como medida, mas como a ideologia da comunicação de massa.

“A comunicação implanta uma nova cultura, ou um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções... concernentes a vida prática e á

vida imaginária, um sistema de identificações específicas” (1975 apud Morin, 1986, p.63)

A mensagem fornecida pelos meios de comunicação atinge o receptor ou consumidor, que a submete ao tratamento intelectual (captação, codificação, arte final) que lhe dá a forma inteligível e vendável, tendo, para isso, de considerar o grau de cultura da comunidade em relação às implicações temporais e modais, que afetam repertórios e conteúdos do produto.

Por meio das diferentes mensagens e linguagens adotadas pela imprensa, as camadas da sociedade mais uma vez se distanciam, criando assim, mais uma barreira que afasta, classifica e determina o lugar de cada indivíduo na sociedade.

Os dois veículos de comunicação analisados refletem o padrão cultural, os valores, o gosto, o padrão de consumo e a percepção de mundo de camadas da sociedade separadas pela desigualdade social e cultural. O jornal Coletivo veicula mensagens e uma linguagem própria de uma classe social trabalhadora, pouco letrada. Enquanto a revista Foco representa o padrão cultural de uma classe social intelectualizada, exigente e detentora de alto poder aquisitivo.

Conclusão

Ao longo deste trabalho tentei mostrar como é importante e relevante a análise da questão das diferenças sociais e como ela é constituída na sociedade brasileira. A imprensa formadora de opinião exerce intrinsecamente poder sobre todas as classes sociais e nem o Estado e muito menos os indivíduos conseguem impedi-la.

As principais características da formação de classes sociais desde a chegada do colonizador português e a implantação de um meio de comunicação, que nos influencia até hoje, são descritos e delimitados na primeira parte deste trabalho, para serem posteriormente comparados a dois veículos de comunicação diferentes.

A partir da abordagem sociológica das obras de Freire e DaMatta, Casa Grande Senzala e O que faz o Brasil, Brasil? tento abrir o leque para a reflexão sobre a condição de um país marcado pelas diferenças culturais de seus colonos, dos que aqui habitavam e dos negros vindos da África, que até hoje sofrem com as desigualdades e com o preconceito.

O conceito da linguagem, lingüística e a breve citação sobre o poder da língua, “organismo vivo capaz de representar a nacionalidade de um povo”, Ferdinand de Saussure, nos ajuda a indicar como o homem representa sua cultura, as aspirações e o estilo de vida. A partir da afirmação deste autor, podemos entender que os meios de comunicação são uma forma de expressar os desejos, os valores e o gosto do leitor ao qual eles se destinam. Utilizando-se de linguagens e mensagens características, os diversos veículos de comunicação representam o cotidiano, os anseios, desejos e valores de indivíduos situados nas mais diferentes posições sociais.

O jornal Coletivo e a revista Foco foram escolhidos para a análise por diferirem entre si em vários aspectos, facilitando a classificação dos dois como meios de comunicação específicos.

Adotando um nome peculiar e característico, o jornal Coletivo leva para o leitor inserido na classe trabalhadora, a informação de modo prático. O outro veículo, a revista Foco surge para abastecer as camadas mais intelectualizadas e abastadas da sociedade com notícias relacionadas ao meio no qual elas estão inseridas. O primeiro veículo utiliza a linguagem simples e objetiva para atender a um leitor pouco instruído, e o outro com mensagens visuais e atrativas atinge um público mais erudito e rico. Os dois veículos se

diferem em vários pontos, mostrando como a situação social e econômica dos receptores exerce influência na elaboração dos produtos da imprensa destinados a um público inserido em classes sociais específicas.

Durante a elaboração deste trabalho me defrontei com várias dificuldades metodológicas que quase me fizeram desistir do tema, mas depois os mesmos problemas me fizeram ter mais coragem para finalizá-lo. A percepção adquirida durante o caminho que percorri para chegar até a conclusão foi a de que o Brasil tem muitas culturas diferentes, mas os indivíduos não conseguiram adotar uma maneira amistosa de convivência entre si, adotando métodos para se manterem distantes.

Os interesses econômicos das empresas privadas de comunicação surgem com a chamada indústria cultural, interessada apenas em atingir um público consumidor em potencial, sem a preocupação com o conteúdo das mensagens.

A comunicação foi criada para facilitar o entendimento entre os indivíduos, mas hoje está sendo usada para afastá-los. A cultura, o poder econômico e o grau de instrução são medidas utilizadas para garantir a distância entre as classes sociais de maneira definitiva. Daí o momento de reflexão sobre esses fatores, que desclassificam ou qualificam o indivíduo, deixando-o a margem da sociedade.

Referências Bibliográficas

BELTRÃO, Luiz e Quirino, Newton de Oliveira. Subsídios para uma teoria da comunicação. São Paulo: editora Summus (1986)

COELHO, Teixeira. O que é indústria cultural: editora brasiliense (1991) 14. ed

DAMATTA, Roberto da. O que faz o Brasil, brasil? Rio de Janeiro: editora ROCCO (1986) 11.ed

FREIRE, Gilberto. Casa grande e senzala. São Paulo: editora Global, (1958)

GOUVÊA, Luiz Alberto de Campos. Brasília: a capital da segregação e do controle social: uma avaliação da ação governamental na área da habitação (1995).

LUSTOSA, Isabel. O nascimento da imprensa brasileira (2000)

MELO, José Marques. Jornalismo brasileiro. Porto Alegre: editora Sulina (2003)

MELO, José Marques. História social do jornalismo: fatores socioculturais que retardam a implantação da imprensa no Brasil. Porto Alegre: editora Edipucris (2003) 2

SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de lingüística geral: editora Cultrix (1916) 9. ed

SODRÉ, Nelson Werneck . História da imprensa no Brasil. Rio de Janeiro: editora Mauad (1999)

VILA NOVA, Sebastião. Introdução a sociologia. São Paulo : editora Atlas , (1985) , 3.ed